

УДК: 330.8
JEL: L26; M13

К. А. Богатырева¹, Г. В. Широкова^{1, 2}

ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ «РАЗРЫВА» МЕЖДУ НАМЕРЕНИЯМИ И ДЕЙСТВИЯМИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ

¹ Санкт-Петербургский государственный университет, Российская Федерация, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7/9

² Дальневосточный федеральный университет, Российская Федерация, 690091, Владивосток, ул. Суханова, 8

В статье проанализированы теоретические основы концепции «разрыва» между предпринимательскими намерениями и действиями по созданию бизнеса, а также представлен обзор имеющихся эмпирических исследований по данной проблематике. Проведенный анализ позволил выделить теоретические истоки формирования этой концепции и определить основные направления исследований связи между намерениями и действиями в предпринимательстве, выявить ключевые факторы, которые могут способствовать или препятствовать воплощению предпринимательских намерений в жизнь. Выявленные особенности имеющихся исследований дали возможность сформулировать дальнейшие пути развития рассматриваемой исследовательской области.

Ключевые слова: предпринимательские намерения, действия по созданию бизнеса, «разрыв» между намерениями и действиями в предпринимательстве, обзор литературы.

MAIN APPROACHES TO EXPLORING INTENTION-ACTION GAP IN ENTREPRENEURSHIP

K. A. Bogatyreva¹, G. V. Shirokova^{1, 2}

¹ St. Petersburg State University, 7/9, Universitetskaya nab., St. Petersburg, 199034, Russian Federation

² Far Eastern Federal University, 8, Sukhanova st., Vladivostok, 690091, Russian Federation

The purpose of this article is to present an analysis of theoretical foundations for the entrepreneurial intention-action gap concept as well as a literature review in this field. The review was based on empirical papers indexed in EBSCO, Scopus, and Web of Science databases selected with no time restrictions. The analysis of studies on entrepreneurial intention-behavior link allowed to identify main theoretical roots and empirical research directions as well as to distinguish crucial factors that are able to stimulate or hamper intention-action translation in entrepreneurship. The first research direction encompasses studies devoted to the role of individual traits with regards to entrepreneurial intention-action transformation. The second literature stream covers studies of micro-environment peculiarities. Finally, the third research direction focuses upon the influence of meso-level factors on the link between intentions and actions in entrepreneurship. This

article contributes to the literature on entrepreneurial intention models by specifying essential moderators (boundary conditions) that determine the strength of the association between entrepreneurial intentions and subsequent behavior. The overview of the current state of empirical research allowed to formulate future promising research directions in this field. In particular, the field can be further developed by movement of empirical focus towards investigating the role of macro-level environmental peculiarities, applying experimental design, and assessing multi-level models of entrepreneurial intention-behavior translation.

Keywords: entrepreneurial intentions, start-up activities, entrepreneurial intention-action gap, literature review.

ВВЕДЕНИЕ

Общеизвестно, что декларируемые намерения далеко не всегда воплощаются в жизнь. Это утверждение справедливо для любой сферы человеческой деятельности, в том числе и для предпринимательства. Многие периодически задумываются о создании собственного бизнеса, однако абсолютное меньшинство действительно становится предпринимателями. Результаты международного проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства» демонстрируют существенное превышение уровней развития предпринимательских намерений над уровнями фактической предпринимательской активности по всему миру [Kelley, Singer, Herrington, 2015/16].

Данный феномен, изучение которого уходит корнями в теорию когнитивной психологии, получил название «разрыва» между намерениями и действиями (*intention-action gap*) [Sutton, 1998]. Важность формирования предпринимательских намерений в процессе становления будущего предпринимателя подчеркивается большим количеством теоретических и эмпирических исследований (см., напр.: [Бутрюмова, Слепнева, 2016; Диас и др., 2016; Широкова, Беляева, 2015; Широкова, Цуканова, Богатырева, 2015; Krueger, Reily, Carsrud, 2000; Liñán, Chen, 2009; Virick, Basu, Rogers, 2015]). Однако предпринимательство ассоциируется скорее с активными действиями, чем с их потенциальной возможностью [Frese, 2009]. Следовательно, релевантность исследований предпринимательских намерений определяется интенсивностью трансформации этих намерений в действия по созданию бизнеса. Результаты эмпирических работ свидетельствуют о сравнительно невысокой объясняющей силе намерений в развитии предпринимательского процесса [Liñán, Rodriguez-Cohard, 2015; Kautonen, Van Gelderen, Fink, 2015; Van Gelderen, Kautonen Fink, 2015]. Вместе с тем вопрос о том, какие факторы могут способствовать увеличению или уменьшению вероятности перехода от предпринимательских намерений к действиям по созданию новой фирмы, до сих пор остается открытым.

Данная работа посвящена выявлению и систематизации основных факторов, оказывающих влияние на процесс перехода от предпринимательских намерений к действиям по созданию новой фирмы, а также ключевых направлений исследований перехода от намерений к действиям в предпринимательстве. Поиск эмпи-

рических статей для анализа проводился среди научных изданий, индексируемых в базах данных EBSCO, Scopus и Web of Science, без временных ограничений.

Статья имеет следующую структуру: в первом разделе рассматриваются теоретические истоки изучения связи между намерениями и действиями в целом и в контексте предпринимательства в частности; второй раздел посвящен анализу факторов перехода от предпринимательских намерений к действиям по созданию новой фирмы и описанию основных направлений эмпирических исследований данного явления; в третьем разделе содержатся выводы, полученные в результате проведенного анализа, и предлагаются перспективные направления дальнейших исследований в этой области.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ИСТОКИ ИЗУЧЕНИЯ СВЯЗИ МЕЖДУ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИМИ НАМЕРЕНИЯМИ И ДЕЙСТВИЯМИ ПО СОЗДАНИЮ БИЗНЕСА

Намерения представляют собой когнитивное состояние, формирующее стремление индивида к достижению определенной цели [Bird, 1988]. В работе Д. Дэвидсона о причинах, побуждающих человека к действиям, отмечается, что «для выявления первоначального мотива, подтолкнувшего кого-либо к тем или иным поступкам, необходимо, в первую очередь, понять суть его намерений» [Davidson, 1963, p. 689]. Концепция преднамеренности человеческих действий уходит корнями в теорию социальной психологии [Ach, 1905; Lewin, 1935; Miller, Galanter, Pribram, 1960; Fishbein, Ajzen, 1975; Greve, 2001]. Среди основополагающих работ по данной проблематике можно выделить труды по психологии волевого акта Н. Аха [Ach, 1905; 1910], а также изыскания К. Левина относительно намерений, воли и потребностей [Lewin, 1935].

В зависимости от спецификации намерения подразделяются на целевые (*goal intentions*) и имплементационные (*implementation intentions*) [Adam, Fayolle, 2016]. Различают несколько степеней четкости намерений, связанных с такими ключевыми элементами, как целевое поведение, объект/субъект, ситуация/место и время [Fishbein, Ajzen, 1975]. Например, в контексте предпринимательской деятельности в самом общем виде целевое поведенческое намерение может быть сформулировано так: «Я собираюсь начать собственное дело», тогда как намерение «Я собираюсь начать собственное дело (*поведение*) по продаже цветов (*объект*) в Санкт-Петербурге (*место*) через полгода (*время*)», обладая более высоким уровнем спецификации, является имплементационным и имеет большую вероятность воплощения в реальные действия [Adam, Fayolle, 2015].

Переход от намерений к действиям как таковой неразрывно связан с формированием психологической готовности индивида, которая представляет собой состояние предстартовой активизации человека и определяет его способность к быстрому переходу от ожиданий к действиям. Немаловажную роль в данном процессе также играет социальная установка индивида, которая означает состояние

сознания, регулирующее отношение и поведение человека в связи с определенным объектом в определенных условиях, и психологическое переживание им социальной ценности, смысла объекта. Она содержит три основных компонента: 1) когнитивный, отражающий знания и представления об объекте или явлении; 2) аффективный, включающий их эмоциональную оценку; 3) конативный, определяющий готовность индивида вести себя соответствующим образом.

Социальная установка — это фактор формирования намерений к действию, на чем базируется ряд классических теорий, описывающих преднамеренность человеческого поведения [Татарко, 2013]. Так, одной из ключевых стала теория обоснованного действия (*theory of reasoned action*) [Fishbein, 1967; Fishbein, Ajzen, 1975], согласно которой предполагается, что намерения возникают под влиянием двух основных факторов: отношения к поведению (*attitudes*) и субъективных норм (*subjective norms*). Отношение к поведению формируется в результате все-сторонней оценки индивидом планируемых действий и их последствий. Таким образом, отношение к поведению — это личные представления индивида относительно собственного возможного поведения, которое может быть описано в терминах «хорошо/плохо», «желательно/нежелательно». Отношение базируется на личных убеждениях человека [Ajzen, Fishbein, 1980]. В свою очередь, субъективные нормы связаны с мнением окружающих, давлением, которое оказывается на индивида, и восприимчивостью индивида к этому. Иными словами, субъективная норма — это представления человека о том, как окружающие люди воспримут те действия, которые он задумал [Ajzen, 2012]. В случае положительной оценки по обоим факторам формируется намерение, которое и является непосредственным antecedентом реального поведения человека.

Впоследствии теория обоснованного действия была дополнена еще одним ключевым фактором — воспринимаемым поведенческим контролем (*perceived behavioral control*) — и получила название теории запланированного поведения (*theory of planned behavior*) [Ajzen, 1985; 1991]. Воспринимаемый поведенческий контроль определяется представлениями индивида относительно легкости или сложности реализации задуманных действий, достаточности его собственных знаний, умений и навыков. В этом смысле концепция воспринимаемого поведенческого контроля в значительной степени пересекается с концепцией самоэффективности (*self-efficacy*) [Bandura, 1977], широко используемой в исследованиях предпринимательства [Широкова, Цуканова, Богатырева, 2015; Miao, Qian, Ma, 2017]. В рамках теории запланированного поведения воспринимаемый контроль рассматривается и как фактор формирования намерений, и как непосредственный antecedент реальных действий. Важно отметить, что в работах Ю. Куля [Kuhl, 1984; 1987] контроль также тесно связан с процессом реализации намерений. В частности, автор выделяет несколько видов процессов, опосредующих контроль за действием и влияющих на реализацию интенций: селективное внимание, контроль кодирования и эмоций, мотивационный контроль, контроль окружающей среды, экономная переработка информации, преодоление неудачи.

В качестве теоретического обоснования связи между намерениями и действиями выступает модель «Рубикона» [Heckhausen, Gollwitzer, 1987; Gollwitzer, 1990; 1999], название которой связано с известной историей о пересечении Рубикона Юлием Цезарем, ознаменовавшем достижение «точки невозврата» в процессе перехода от намерений к действиям. В данной модели процесс осуществления действия разделен на четыре основные фазы.

Первая фаза связана с обдумыванием и постановкой целей (*deliberation*). Ее также называют подготовительной, поскольку здесь отсутствует четкое понимание организации процесса достижения желаемых результатов. Вторая, преакционная фаза (*preactional phase*), ознаменована началом планирования и выстраивания путей достижения сформированных целей. За ней наступает третья фаза волеизъявления, когда индивид совершает конкретные действия, направленные на реализацию выбранной стратегии решения поставленных задач (*actional phase*). Процесс завершается четвертой, постакциональной фазой (*postactional phase*), на которой оцениваются последствия предпринятых шагов. Прохождение через указанные фазы, соответственно, ознаменовывается формированием намерения, инициированием действий по его воплощению в жизнь, собственно реализацией намерения и, наконец, его деактивацией.

Важнейшими факторами формирования намерений являются мотивация и мотивационные тенденции, поддерживаемые внутренним одобрением [Хекхаузен, 2003]. При этом образование намерения разграничивает процесс мотивации и волевой процесс как два различных состояния сознания индивида. Именно в рамках волевого процесса осуществляются подготовка к реализации намерений и их трансформация в реальные действия. Таким образом, данная модель также демонстрирует важность намерений в формировании поведения индивидов [Achtziger, Gollwitzer, 2008]. Аналогичные аргументы приводятся в теории регулирования действия (*action regulation theory*) [Frese, Zapf, 1994; Hacker, 2003], где рассматривается поведение индивида с точки зрения его ориентации на достижение конкретных целей, что имеет непосредственную связь с формированием намерений.

Необходимо отметить, что психология воли выступала предметом исследований отечественных ученых. В частности, А. Н. Леонтьев подчеркивал, что волевые процессы обладают важной характеристикой целеподчиненности и являются преднамеренными [Леонтьев, 1993]. Проблемам развития воли уделял внимание и Л. С. Выготский. В его трудах формирование намерений рассматривалось в связи с развитием мышления, сознания и речи [Выготский, 1934].

Иллюстративным примером преднамеренного действия может служить запуск собственного предприятия. Предпринимательские намерения представляют собой осознанное стремление индивида к созданию нового бизнеса в какой-либо момент времени в будущем [Thompson, 2009]. Формирование намерений — это ключевая стадия развития предпринимательского процесса [Пиньковецкая, Катаев, 2015; Krueger, Carsrud, 1993; Krueger, 2009]. В работе [Katz, Gartner, 1998],

посвященной вопросам характеристик организаций, находящихся в стадии становления, преднамеренность выделена в качестве одного из основных условий появления фирмы. Авторы связывают преднамеренность с целями самих предпринимателей, а также представителей различных институциональных сил (отраслевых ассоциаций, рынков капитала, государства, общества в целом).

В отечественной литературе развивается отдельное направление исследований психологии предпринимательства, в рамках которого изучаются психологические особенности, определяющие выбор карьеры предпринимателя и успешность индивида на этом пути (см., напр.: [Позняков, Ефимова, 2010; Журавлев, Позняков, 2012; Позняков, Тихомирова, 2015]). Формирование предпринимательских намерений и склонности к предпринимательской деятельности определяется целым рядом личностных психологических характеристик индивида, а также его устремлениями и мотивацией [Китова, Дышеков, 2011; Freudenberger, 1969]. К мотивам подобного рода можно отнести стремление к самостоятельности, независимости и материальному благосостоянию, желание реализовать свои профессиональные способности и выполнять полезную работу [Позняков, 2007]. Исследователями также выделены психологические факторы деловой активности предпринимателей, включающие в себя восприятие своей конкурентоспособности и собственных возможностей, отношение к риску и конкуренции, степень надежности партнеров, оценку и прогноз изменения уровня жизни семьи, оценку успешности собственной предпринимательской деятельности [Позняков, 2014]. Указанные факторы могут в той или иной степени оказать влияние на становление предпринимательских намерений и их последующую реализацию.

Значимость предпринимательских намерений в процессе создания бизнеса нашла отражение в литературе по предпринимательству. Был разработан целый ряд теорий и моделей, в которых рассматривается зарождение предпринимательских намерений и их связь с непосредственным вовлечением в деятельность по созданию бизнеса. К ним можно отнести модель предпринимательского события (*model of entrepreneurial event*) [Shapero, Sokol, 1982], частично пересекающуюся с основными идеями теории запланированного поведения. Она предполагает, что основными факторами формирования предпринимательских намерений являются желательность предпринимательского поведения (*perceived desirability*), воспринимаемая возможность создания предприятия (*perceived feasibility*) и predisposition к действию (*propensity to act*) [Shapero, Sokol, 1982; Krueger, 2003]. Желательность предпринимательского поведения определяется личной оценкой привлекательности перспективы вовлечения в деятельность по созданию бизнеса для индивида. Воспринимаемая возможность связана с оценкой достаточности собственных способностей, умений и навыков для открытия предприятия. Предрасположенность к действию означает готовность индивида воплощать в жизнь собственные решения. В определенной степени она определяется стремлением обрести контроль над своей жизнью путем осуществления предпринимательских действий.

Еще одним подходом к определению роли намерений в процессе создания бизнеса является модель преднамеренности предпринимательских действий (*model of entrepreneurial intentionality*) [Bird, 1988; Bird, Jelinek, 1989], которая предполагает прямую связь между предпринимательскими намерениями и действиями по запуску бизнеса. Ее важным аспектом выступает учет факторов социального, политического и экономического контекста, которые в совокупности с личностными характеристиками и способностями индивида оказывают влияние на становление предпринимательских намерений через формирование рационального аналитического причинно-следственного мышления и интуитивного восприятия окружающей среды. Процесс развития намерений начинается с сосредоточивания индивида на определенных нуждах, ценностях, желаниях и убеждениях. Кроме того, согласно данной модели, совместно с предпринимательскими намерениями на успешный запуск и развитие предприятия влияют подход к структурированию ресурсов, определенная гибкость стратегического фокуса и поведения, разумное распределение времени, а также способность оказывать влияние на других.

Важную роль предпринимательских намерений в равной степени признает модель становления организации (*the model of organizational formation*) [Learned, 1992]. Ее можно метафорически сравнить с лабиринтом, в котором потенциальному предпринимателю необходимо найти верный путь для воплощения задуманного предприятия в жизнь. Одной из ее основных составляющих является склонность к предпринимательской деятельности, которая формируется под влиянием определенных личностных характеристик и событий, имевших место в жизни будущего предпринимателя. Предрасположенность к предпринимательству в совокупности с ситуационными факторами ведет к формированию предпринимательских намерений. Далее начинается процесс осмысливания потенциала задуманного бизнес-проекта, взаимодействия с внешней средой, поиска ресурсов и сбора информации относительно реалистичности идеи, в результате которого намерения могут корректироваться. Финальная стадия модели — принятие решения о том, стоит реализовывать выбранную бизнес-идею или лучше от нее отказаться.

На рис. 1 представлены основные положения рассмотренных моделей и теорий, касающиеся факторов, которые влияют на формирование предпринимательских намерений.

Как видно из данной схемы, в разработанных моделях преднамеренности предпринимательских действий особое значение придается рассмотрению факторов формирования намерений как таковых. Однако, поскольку предпринимательство ассоциируется скорее с реализацией действий, в последние годы все больше исследований посвящается вопросу о том, как осуществляется процесс перехода от предпринимательских намерений к непосредственному вовлечению в деятельность по созданию бизнеса (см., напр.: [Kibler, Kautonen, Fink, 2014; Kautonen, Van Gelderen, Fink, 2015; Liñán, Rodriguez-Cohard, 2015; Obschonka et al., 2015; Shirokova, Osiyevskyy, Bogatyreva, 2016]).



Рис. 1. Факторы, влияющие на предпринимательские намерения

В целом результаты данных работ подтверждают наличие прямой связи между намерениями и действиями в предпринимательстве, однако подчеркивается, что объясняющая сила намерений остается довольно низкой. В частности, согласно имеющимся эмпирическим выводам, само по себе наличие намерений объясняет лишь около 30% вариации в результирующем признаке — осуществлении действий по созданию бизнеса [Armitage, Conner, 2001; Sheeran, 2002]. Следовательно, трансформация намерений в действия может в определенной степени зависеть от факторов внешней среды или от индивидуальных характеристик потенциального предпринимателя. Рассмотрим эмпирические исследования, посвященные данному вопросу, более подробно.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ СВЯЗИ МЕЖДУ НАМЕРЕНИЯМИ И ДЕЙСТВИЯМИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ

Как отмечалось, процесс перехода от предпринимательских намерений к действиям по созданию бизнеса в отличие от механизма формирования самих намерений изучен недостаточно. В силу специфики рассматриваемой проблематики представленный в данном разделе обзор литературы проводился с применением не вполне строгих критериев. Поиск велся с использованием комбинаций ключевых слов «предпринимательские намерения» (*entrepreneurial intentions*), «действия» (*actions*), «действия по созданию бизнеса» (*start-up activities*), «поведение» (*behavior*) в базах данных EBSCO, Scopus и Web of Science. Прежде всего анализировались зарубежные издания. Ограничений по времени публикации или по журналам не устанавливалось, поскольку главной целью было нахождение как можно большего числа научных статей, в которых переход от предпринимательских намерений к реальным действиям либо рассматривается в качестве центральной проблемы проводимого эмпирического исследования, либо выступает в качестве одного из исследовательских вопросов. Всего было отобрано порядка 20 статей, опубликованных в период с 1990 по 2016 г.

Ведя речь об основных направлениях исследований данной проблематики, следует отметить, что ряд работ посвящен эмпирической проверке классических моделей преднамеренности человеческого поведения. В рамках подобных исследований изучается роль совокупности когнитивных факторов, включая предпринимательские намерения, в процессе принятия решения о создании бизнеса. Так, в работах [Kolvereid, Isaksen, 2006; Kautonen, Van Gelderen, Tornikoski, 2013; Kautonen, Van Gelderen, Fink, 2015] проведено тестирование теории запланированного поведения в контексте предпринимательства. В результате все взаимосвязи, обозначенные в данной теории, получили эмпирическую поддержку. Предпринимательские намерения совместно с воспринимаемым поведенческим контролем оказались способны объяснить 31–39% вариации результирующего признака (действий по созданию бизнеса) [Kautonen, Van Gelderen, Tornikoski, 2013; Kautonen, Van Gelderen, Fink, 2015]. В статье [Liñán, Rodriguez-Cohard, 2015] на примере выпускников вузов, выходящих на рынок труда, оценивается стабильность данных взаимосвязей в течение долгого периода времени. Необходимо подчеркнуть, что при учете трехлетнего временного «разрыва» между формированием предпринимательских намерений и установкой факта вовлечения в деятельность по созданию бизнеса объясняющая способность намерений упала до 12,8%.

В литературе также отмечаются попытки уточнения понятия «действия по созданию бизнеса», выражающиеся в выделении конкретных отдельных предпринимательских шагов. В частности, было выявлено, что предпринимательские намерения непосредственным образом ведут к таким действиям, как разработка бизнес-идеи и регистрация юридического лица [Obschonka et al., 2015].

Кроме того, классической теоретической моделью, «перекочевавшей» из когнитивной психологии в исследования предпринимательства, является модель «Рубикона». Так, в работе [Van Gelderen, Kautonen, Fink, 2015] на основе этой модели рассматривается эффект воздействия эмоций, которые индивид испытывает относительно вовлечения в предпринимательскую деятельность, на связь между намерениями и осуществлением действий. Установлено, что чувство сомнения относительно вовлечения в предпринимательскую деятельность сводит на нет роль предпринимательских намерений. Однако этот эффект может быть минимизирован при достаточно высоком уровне развития чувства самоконтроля, который усиливает связь между намерениями и реальными действиями.

Ряд эмпирических исследований фокусируется не на одной основополагающей теории, а на разнообразных модулирующих факторах, способных оказать влияние на усиление или сокращение «разрыва» между предпринимательскими намерениями и действиями по созданию бизнеса. В некоторых из них рассматриваются факторы индивидуального уровня. В рамках подобных исследований было обнаружено, что предпринимательские намерения чаще трансформируются в действия среди мужчин, нежели среди женщин [Henley, 2007; Shirokova, Osiyevskyy, Bogatyreva, 2016]. Важную роль в этом процессе также играет возраст: чем старше потенциальный предприниматель, тем выше вероятность того, что он действительно воплотит в жизнь свои устремления. Повлиять на этот процесс может и социально-психологический капитал будущего предпринимателя, представляющий собой динамическую систему отношений личности [Татарко, 2013].

К значимым индивидуальным факторам также можно отнести уровень образования, семейное положение, организационные способности, опыт ведения бизнеса, субъективное восприятие вероятности успешности предполагаемого стартапа и благоприятности условий внешней среды, высокий уровень готовности к риску, опыт реализации инициатив, связанных с развитием внутрифирменного предпринимательства в уже существующей организации, неудовлетворенность предыдущим местом работы [Rotefoss, Kolvereid, 2005; Henley, 2007; Kessler, Frank, 2009]. Необходимо отметить, что вероятность перехода от намерений к действиям выше, если индивид проходил какую-либо профессиональную подготовку [Delanoë, 2013; Katz, 1990].

Еще одним направлением исследований связи между наличием предпринимательских намерений и фактическим вовлечением в деятельность по созданию бизнеса является изучение влияния факторов микроуровня. Сократить «разрыв» между намерениями и действиями в предпринимательстве может наличие семейного бизнеса, так как предпринимательское окружение, пример родителей и опыт, полученный при участии в управлении семейной фирмой, могут вдохновить человека на собственные предпринимательские свершения [Schoon, Duckworth, 2012; Shirokova, Osiyevskyy, Bogatyreva, 2016]. В целом знакомство с той или иной формой предпринимательства в ранний период жизни в будущем способствует более быстрому переходу от предпринимательских намерений к действиям

[Schoon, Duckworth, 2012]. В свою очередь, помешать превращению потенциального предпринимателя в настоящего могут давление и нагрузка на текущем месте работы и неблагоприятные личные обстоятельства [Goethner et al., 2012]. Кроме того, важную роль могут играть особенности среды, с которой индивид сталкивается в повседневной жизни. К примеру, непосредственное влияние на трансформацию предпринимательских намерений в реальные действия у студентов может оказать благоприятная университетская предпринимательская среда, формирующаяся посредством: а) организации специализированных курсов по предпринимательству; б) предоставления менторской поддержки студентам, желающим открыть собственный бизнес; в) проведения встреч с предпринимателями, а также тематических семинаров, конкурсов бизнес-планов и т. д. [Rauch, Hulsink, 2015; Shirokova, Osiyevskyy, Bogatyreva, 2016]. Положительный эффект может оказать доступность тренингов, ориентированных на предпринимательские действия, вне вуза [Gielnik et al., 2014].

В рамках блока эмпирических исследований зависимости между предпринимательскими намерениями и осуществлением действий по созданию бизнеса изучаются факторы мезоуровня. Вовлечение в предпринимательскую деятельность рассматривается как процесс, территориально зависящий от того места, в котором он осуществляется [Lang, Fink, Kibler, 2014]. Чаще всего в данном случае речь идет о характеристиках *региональной* предпринимательской среды. С этой точки зрения к аспектам, способным оказать влияние на трансформацию предпринимательских намерений в действия, можно отнести уровень воспринимаемой социальной легитимности предпринимательства в регионе [Kibler, Kautonen, Fink, 2014]. Данное понятие связано с культурными и нормативными установками в обществе, оценкой привлекательности предпринимательства как вида деятельности, а также восприятием образа предпринимателя в пределах определенного региона [Etzioni, 1987]. Соответственно, чем лучше эти условия в отдельно взятом регионе, тем меньше будет «разрыв» между предпринимательскими намерениями и действиями среди его жителей.

Кроме того, большое влияние могут оказывать общий уровень предпринимательской активности в регионе, валовой региональный продукт, отражающий региональную экономическую самодостаточность, уровень безработицы, а также политические настроения [Rotefoss, Kolvereid, 2005; Kibler, Kautonen, Fink, 2014]. Заметную роль играют факторы региональной институциональной среды. В частности, одним из наиболее очевидных препятствий переходу от намерений к действиям в предпринимательстве является отсутствие возможностей привлечь необходимое финансирование для запуска начальных операций [Blanchflower, Oswald, 1998], что по параметру финансовой поддержки объективно характеризует институциональное окружение потенциального предпринимателя как негативное. В исследовании связи между предпринимательскими намерениями и действиями среди российских студентов также было обнаружено значимое влияние уровня развития региональных институтов, включающих в себя такие аспекты,

как доступ к факторам производства, поддержка предпринимательства со стороны региональных властей, наличие входных барьеров и платежеспособного спроса, общеэкономическая обстановка, административные барьеры и коррупция [Богатырева, Широкова, 2017].

Наконец, немаловажным фактором, характеризующим процесс перехода от предпринимательских намерений к действиям по созданию бизнеса, является *время*. Очевидно, что данный переход в крайне редких случаях осуществляется одномоментно. Сложность и многогранность предпринимательской деятельности требуют от предпринимателя не только значительных усилий, но и существенных временных затрат. Однако вопрос о том, каким образом следует определять временной промежуток между установлением наличия предпринимательских намерений и отслеживанием факта открытия бизнеса в соответствующих исследованиях, далеко не тривиален. Универсального подхода к его решению не существует [Ancona, Okhuysen, Perlow, 2001], поскольку это в значительной степени зависит от индивидуальных черт предпринимателя, природы планируемого бизнеса, отраслевых характеристик, ожидаемых масштабов бизнес-операций, законодательных требований относительно процесса регистрации бизнеса и т. д. С одной стороны, выбранный исследователем временной интервал не должен быть слишком коротким, иначе будущий предприниматель просто не успеет реализовать свои намерения в течение периода наблюдения. С другой стороны, он не должен быть слишком продолжительным, поскольку в таком случае существует риск снижения объясняющей силы намерений, которые с течением времени могут изменяться [Sutton, 1998; Kautonen, Van Gelderen, Fink, 2015].

Исходя из этих аргументов, в большей части исследований «разрыва» между намерениями и действиями в предпринимательстве используется временной интервал от 1 до 3 лет (см., напр.: [Delanoë, 2013; Gielnik et al., 2014; Kibler, Kautonen, Fink, 2014; Kautonen, Van Gelderen, Fink, 2015; Liñán, Rodriguez-Cohard, 2015; Obschonka et al., 2015; Van Gelderen, Kautonen, Fink, 2015]). Лишь в исключительных случаях авторы рассматривают более длительный период времени [Katz, 1990; Schoon, Duckworth, 2012] либо опираются на экспериментальные или кросс-секционные данные [Adam, Fayolle, 2016; Shirokova, Osiyevskyy, Bogatyreva, 2016]. В исследовании нарождающихся предпринимателей [Gielnik et al., 2014] детально рассмотрен временной аспект перехода от намерений к действиям по созданию бизнеса. Установлено, что взаимосвязь между наличием предпринимательских намерений и вовлечением в деятельность по созданию бизнеса является статистически значимой в течение первых 12 месяцев, тогда как по истечении этого периода сила связи начинает ослабевать. В ряде работ также продемонстрировано, что базовые действия по созданию бизнеса происходят в течение первых 12–18 месяцев с начала развития предпринимательского процесса (см., напр.: [Carter, Gartner, Reynolds, 1996; Davidsson, Honig, 2003; Reynolds, Curtin, 2008]).

На рис. 2 резюмируются основные выводы рассмотренных эмпирических исследований.



Рис. 2. Факторы, влияющие на процесс перехода от предпринимательских намерений к действиям по созданию бизнеса

ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ИССЛЕДОВАНИЯ

Открытие бизнеса представляет собой пример преднамеренного поведения индивида. Несмотря на то что существует огромное количество исследований процесса возникновения предпринимательских намерений (см., напр.: [Krueger, Reily, Karsrud, 2000; Liñán, Chen, 2009; Virick, Basu, Rogers, 2015]), проблематика перехода от намерений к действиям по созданию бизнеса проработана в современной научной литературе значительно в меньшей степени. Результаты проведенного анализа демонстрируют, что в настоящее время в данной области научных знаний происходит переход от ранней стадии развития исследований (*nascent state of prior theory and research*) к промежуточной стадии (*intermediate state*), характеризующейся отсутствием единой теории и смешанными методами проведения эмпирических исследований [Edmondson, McManus, 2007]. Важно отметить, что в когнитивной психологии область изучения связи между намерениями и действиями уже достаточно давно достигла высокой степени проработанности (*mature state of prior theory and research*).

Возникает закономерный вопрос: чем объясняется относительно небольшое внимание ученых к проблематике перехода от предпринимательских намерений

к действиям? Возможно, одна из причин заключается в интуитивном предположении о том, что факторы формирования предпринимательских намерений косвенным образом влияют и на вовлечение в деятельность по созданию бизнеса. Кроме того, причиной может быть активное развитие концепции эффектуации, которая объясняет предпринимательский процесс иначе и не ставит намерения и планирование во главу угла, а предполагает существенную долю спонтанности и отсутствие жесткой определенности относительно конечных целей и средств их достижения (см., напр.: [Рид и др., 2013; Широкова, Богатырева, Галкина, 2014; Sarasvathy, 2001]). Таким образом, развитие данной концепции может в определенной степени влиять на изменение фокуса исследований и вести к меньшему акцентированию важности этапа перехода от намерений к действиям по созданию бизнеса. Изучение связи между намерениями и действиями в предпринимательстве осложняется отсутствием универсального подхода к выбору временного интервала между установлением фактов наличия предпринимательских намерений и осуществлением действий.

Проведенный анализ позволил выделить несколько основных направлений эмпирических исследований процесса перехода от предпринимательских намерений к их фактической реализации с учетом тестируемых теоретических моделей и включенных в них модерирующих факторов. Данный процесс анализируется на трех основных уровнях: индивидуальном, микро- и мезосреды.

1. *Исследования процесса перехода от предпринимательских намерений к действиям по созданию бизнеса на индивидуальном уровне.* Данное направление включает в себя эмпирические работы по оценке классических моделей преднамеренности человеческих действий на основе всех входящих в них когнитивных параметров в контексте предпринимательства (см., напр.: [Kautonen, Van Gelderen, Tornikoski, 2013; Kautonen, Van Gelderen, Fink, 2015; Obschonka et al., 2015]). К ним можно отнести и исследования, фокусирующиеся на рассмотрении роли различных факторов индивидуального уровня в процессе воплощения предпринимательских намерений в жизнь (см., напр.: [Katz, 1990; Rotefoss, Kolvereid, 2005; Henley, 2007; Kessler, Frank, 2009; Delanoë, 2013; Shirokova, Osiyevskyy, Bogatyreva, 2016]).

2. *Исследования процесса перехода от предпринимательских намерений к действиям по созданию бизнеса с учетом особенностей микросреды.* Процесс трансформации предпринимательских намерений в действия рассматривается в зависимости от факторов ближайшего окружения индивида, к которым можно отнести, в частности, семью, место работы или университет, если речь идет о студентах (см., напр.: [Goethner et al., 2012; Schoon, Duckworth, 2012; Rauch, Hulsink, 2015; Shirokova, Osiyevskyy, Bogatyreva, 2016]).

3. *Исследования процесса перехода от предпринимательских намерений к действиям по созданию бизнеса с учетом особенностей мезосреды.* Основной акцент здесь сделан на изучении факторов внешней среды более высокого уровня. В большинстве работ анализируются параметры региональной экономической и

институциональной среды и их влияние на интенсивность реализации предпринимательских намерений среди потенциальных предпринимателей (см., напр.: [Богатырева, Широкова, 2017; Blanchflower, Oswald, 1998; Rotefoss, Kolvereid, 2005; Kibler, Kautonen, Fink, 2014]).

Что касается дальнейшего изучения рассматриваемой проблемы, то целесообразно предложить несколько направлений исследований. Результаты обзора литературы показали полное отсутствие изучения роли факторов *макросреды* в процессе перехода от предпринимательских намерений к действиям по созданию бизнеса. Тем не менее значимость страновых формальных институтов, культурных особенностей и общего уровня экономического развития в стимулировании предпринимательской активности уже доказана [Mueller, Thomas, 2001; Welter, Smallbone, 2011; Huggins, Thompson, 2014; Autio, Fu, 2015]. Вероятно, особенности макроокружения потенциального предпринимателя также могут препятствовать или способствовать переходу от предпринимательских намерений к действиям. Помимо этого, еще одним направлением дальнейших исследований может стать изучение многоуровневых моделей реализации предпринимательских намерений, учитывающих комплекс различных факторов, способных оказать влияние на преодоление «разрыва» между намерениями и действиями в предпринимательстве.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Предпринимательские намерения выступают отправной точкой развития предпринимательского процесса. В статье представлен анализ его следующего этапа — перехода от намерений к действиям по созданию новой фирмы. Вероятность наступления этого события зависит от целого ряда факторов индивидуального уровня, а также от особенностей окружения потенциального предпринимателя. Помимо этого, детально проанализированы теоретические истоки концепции «разрыва» между намерениями и действиями в предпринимательстве. Настоящая работа вносит вклад в развитие области изучения предпринимательских намерений, их трансформации в действия за счет обобщения выводов основных эмпирических работ, выделения ключевых направлений анализа, а также формулирования новых перспективных исследовательских вопросов, внимание к которым позволит получить новые знания о возможных путях сокращения «разрыва» между намерениями и действиями в предпринимательстве.

Литература

- Богатырева К. А., Широкова Г. В. 2017. От предпринимательских намерений — к созданию бизнеса: опыт российских студентов. *Форсайт* (в печати).
- Бутрюмова Н. Н., Слепнева Ю. Н. 2016. Вовлечение студентов в инновационное предпринимательство: опыт НИУ ВШЭ — Нижний Новгород. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент* (1): 91–124.

- Выготский Л. С. 1934. *Мышление и речь*. М.; Л.: Государственное социально-экономическое издательство.
- Диас Ф., Третьякова А. Н., Атеф Т., Космакшевска Д., Навикине Р. 2016. Факторы, влияющие на предпринимательские намерения студентов, специализирующихся в индустрии туризма. *Высшее образование в России* 7 (203): 45–54.
- Журавлев А. Л., Позняков В. П. 2012. *Социальная психология российского предпринимательства: Концепция психологических отношений*. М.: Изд-во «Институт психологии РАН».
- Китова Д. А., Дышеков Б. Н. 2011. Формирование психологической готовности личности к легитимной предпринимательской деятельности. *Психология в экономике и управлении* (1): 29–35.
- Леонтьев А. Н. 1993. Воля. *Вестник Московского университета. Сер. 14. Психология* (2): 3–14.
- Пиньковецкая Ю. С., Катаев Е. Н. 2015. Анализ уровня предпринимательской активности: результаты социологических исследований. *ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика* (4): 90–104.
- Позняков В. П. 2007. Предпринимательство как ценность и ценности российских предпринимателей. В кн.: В. С. Степин (ред.) *Россия в глобализирующемся мире: мировоззренческие и социокультурные аспекты*. М.: Наука; 513–528.
- Позняков В. П. 2014. Итоги и перспективы исследования российских предпринимателей с позиций концепции психологических отношений. *Знание. Понимание. Умение* (1): 267–275.
- Позняков В. П., Ефимова Н. Ю. 2010. Социально-психологические факторы деловой активности российских предпринимателей. *Психология в экономике и управлении* (1): 38–43.
- Позняков В. П., Тихомирова С. В. 2015. Интерактивная информационно-исследовательская база данных «Социальная психология российского предпринимательства». *Знание. Понимание. Умение* (1): 206–212.
- Рид С., Сарасвати С., Дью Н., Уилтбэнк Р., Олсон Э.-В. 2013. *Как? Пошаговое руководство по созданию бизнеса*. М.: Альпина-Паблишер.
- Татарко А. Н. 2013. Социально-психологический капитал личности как фактор успеха в открытии нового бизнеса. *Психология. Журнал Высшей школы экономики* 10 (4): 80–98.
- Хекхаузен Х. 2003. *Мотивация и деятельность*. 2-е изд. СПб.: Питер; М.: Смысл.
- Широкова Г., Беляева Т. 2015. Предпринимательские намерения студентов: концепция и основные подходы к исследованию. *Современная конкуренция* 9 (2): 5–31.
- Широкова Г. В., Богатырева К. А., Галкина Т. А. 2014. Эффектуация и каузация: взаимосвязь между университетской инфраструктурой и выбором типа поведения в процессе создания бизнеса студентами-предпринимателями. *Российский журнал менеджмента* 12 (3): 59–86.
- Широкова Г. В., Цуканова Т. В., Богатырева К. А. 2015. Университетская среда и предпринимательская активность студентов: роль бизнес-опыта и предпринимательской самоэффективности. *Вопросы образования* (3). С. 171–207.
- Ach N. 1905. *Über die Willenstätigkeit und das Denken*. Göttingen: Vandenhoeck & Rubprecht.
- Ach N. 1910. *Über den Willen*. Leipzig: Verlag von Quelle & Meyer.
- Achtziger A., Gollwitzer P. M. 2008. Motivation and volition during the course of action. In: J. Heckhausen, H. Heckhausen (eds.). *Motivation and Action*. Cambridge: Cambridge University Press; 272–295.
- Adam A. F., Fayolle A. 2015. Bridging the entrepreneurial intention-behaviour gap: The role of commitment and implementation intention. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business* 25 (1): 36–54.
- Adam A. F., Fayolle A. 2016. Can implementation intention help to bridge the intention-behaviour gap in the entrepreneurial process? An experimental approach. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation* 17 (2): 80–88.
- Ajzen I. 1985. From intentions to actions: A theory of planned behavior. In: J. Kuhl, J. Beckman (eds.). *Action Control: From Cognition to Behavior*. Heidelberg: Springer; 11–39.

- Ajzen I. 1991. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior & Human Decision Processes* **50** (2): 179–211.
- Ajzen I. 2012. The theory of planned behavior. In: P. A. M. van Lange, A. W. Kruglanski, E. T. Higgins (eds.). *Handbook of Theories of Social Psychology*. New York: Lawrence Erlbaum Associates; 438–459.
- Ajzen I., Fishbein M. 1980. *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Ancona D. G., Okhuysen G. A., Perlow L. A. 2001. Taking time to integrate temporal research. *Academy of Management Review* **26**: 512–529.
- Armitage C. J., Conner M. 2001. Efficacy of the theory of planned behaviour: A meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology* **40** (4): 471–499.
- Autio E., Fu K. 2015. Economic and political institutions and entry into formal and informal entrepreneurship. *Asia Pacific Journal of Management* **32**: 67–94.
- Bandura A. 1977. *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Bird B. J. 1988. Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review* **13**: 442–453.
- Bird B. J., Jelinek M. 1988. The operation of entrepreneurial intentions. *Entrepreneurial Theory and Practice* Winter: 21–29.
- Blanchflower D. G., Oswald A. J. 1998. What makes an entrepreneur? *Journal of Labor Economics* **16** (1): 26–60.
- Carter N. M., Gartner W. B., Reynolds P. D. 1996. Exploring start-up event sequences. *Journal of Business Venturing* **11** (3): 151–166.
- Davidson D. 1963. Actions, reasons, and causes. *Journal of Philosophy* **60** (23): 685–700.
- Davidsson P., Honig B. 2003. The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing* **18** (3): 301–331.
- Delanoë S. 2013. From intention to start-up: The effect of professional support. *Journal of Small Business and Enterprise Development* **20** (2): 383–398.
- Edmondson A., McManus S. 2007. Methodological fit in management field research. *Academy of Management Review* **32** (4): 1155–1179.
- Etzioni A. 1987. Entrepreneurship, adaptation and legitimation. *Journal of Economic Behavior and Organization* (8): 175–189.
- Fishbein M. 1967. Attitude and the prediction of behavior. In: M. Fishbein (ed.). *Readings in Attitude Theory and Measurement*. New York: Wiley; 477–492.
- Fishbein M., Ajzen I. 1975. *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Freudenberger H. 1969. An exploration in entrepreneurial motivation and action. *Explorations in Economic History* **7** (1–2): 433–449.
- Frese M. 2009. Towards a psychology of entrepreneurship: An action theory perspective. *Foundations and Trends in Entrepreneurship* **5** (6): 437–496.
- Frese M., Zapf D. 1994. Action as the core of work psychology: A German approach. In: H. C. Triandis, M. D. Dunnette, J. M. Hough (eds.). *Handbook of Industrial and Organizational Psychology*. Vol. 4. 2nd ed. Palo Alto, CA: Consulting Psychology Press; 271–340.
- Gielnik M. M., Barabas S., Metzger J. R., Frese M., Namatovu-Dawa R., Scholz F. A., Walter T. 2014. A temporal analysis of how entrepreneurial goal intentions, positive fantasies, and action planning affect starting a new venture and when the effects wear off. *Journal of Business Venturing* **29** (6): 755–772.
- Goethner M., Obschonka M., Silbereisen R. K., Cantner U. 2012. Scientists' transition to academic entrepreneurship: economic and psychological determinants. *Journal of Economic Psychology* **33** (3): 628–641.
- Gollwitzer P. M. 1990. Action phases and mind-sets. In: E. T. Higgins, R. M. Sorrentino (Eds.). *Handbook of Motivation and Cognition: Foundations of Social Behavior*. Vol. 2. New York, Guilford Press; 53–92.

- Gollwitzer P. M. 1999. Implementation intentions: Strong effects of simple plans. *American Psychologist* **54** (7): 493–503.
- Greve W. 2001. Traps and gaps in action explanation: Theoretical problems of a psychology of human action. *Psychological Review* **108** (2): 435–451.
- Hacker W. 2003. Action regulation theory: A practical tool for the design of modern work processes? *European Journal of Work and Organizational Psychology* **12**. P. 105–130.
- Heckhausen H., Gollwitzer P. M. 1987. Thought contents and cognitive functioning in motivational versus volitional states of mind. *Motivation and Emotion* **11** (2): 101–120.
- Henley A. 2007. Entrepreneurial aspiration and transition into self-employment: Evidence from British longitudinal data. *Entrepreneurship & Regional Development* **19** (3): 253–280.
- Huggins R., Thompson P. 2014. Culture, entrepreneurship and uneven development: A spatial analysis. *Entrepreneurship & Regional Development* **26** (9–10): 726–752.
- Katz J. 1990. Longitudinal analysis of self-employment follow-through. *Entrepreneurship & Regional Development* **2**: 15–25.
- Katz J., Gartner W. B. 1998. Properties of emerging organizations. *Academy of Management Review* **13** (3): 429–441.
- Kautonen T., Van Gelderen M., Fink M. 2015. Robustness of the Theory of Planned Behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice* **39** (3): 655–674.
- Kautonen T., Van Gelderen M., Tornikoski E. T. 2013. Predicting entrepreneurial behaviour: A test of the Theory of Planned Behaviour. *Applied Economics* **45** (6): 697–707.
- Kelley D., Singer S., Herrington M. 2015/16. *Global Entrepreneurship Monitor. Global Report. 2015/16*. URL: <http://www.gemconsortium.org/report> (accessed: 15.03.2017).
- Kessler A., Frank H. 2009. Nascent entrepreneurship in a longitudinal perspective. *International Small Business Journal* **27** (6): 720–742.
- Kibler E., Kautonen T., Fink M. 2014. Regional social legitimacy of entrepreneurship: Implications for entrepreneurial intention and start-up behavior. *Regional Studies* **48** (6): 995–1015.
- Kolvereid L., Isaksen E. 2006. New business start-up and subsequent entry into self-employment. *Journal of Business Venturing* **21** (6): 866–885.
- Krueger N. F. 2003. The cognitive psychology of entrepreneurship. In: Z. J. Acs, D. B. Audretsch (eds.). *Handbook of Entrepreneurship Research: An Interdisciplinary Survey and Introduction*. London: Kluwer; 105–140.
- Krueger N. F. 2009. Entrepreneurial intentions are dead: Long live entrepreneurial intentions. In: A. L. Carsrud, M. Brännback (eds.). *Understanding the Entrepreneurial Mind, International Studies in Entrepreneurship*. New York: Springer; 51–72.
- Krueger N. F., Carsrud A. L. 1993. Entrepreneurial Intentions: Applying the Theory of Planned Behavior. *Entrepreneurship and Regional Development* **5**: 315–330.
- Krueger N. F., Reilly M. D., Carsrud A. L. 2000. Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing* **15** (5–6): 411–432.
- Kuhl J. 1984. Motivational aspects of achievement motivation and learned helplessness: Toward a comprehensive theory of action control. In: B. A. Maher, W. B. Maher (eds.). *Progress in Experimental Personality Research*. Vol. 13. New York: Academic; 99–171.
- Kuhl J. 1987. Action control: The maintenance of motivational states. In: F. Halisch, J. Kuhl (eds.). *Motivation, Intention, and Volition*. New York: Springer, 279–291.
- Lang R., Fink M., Kibler E. 2014. Understanding place-based entrepreneurship in rural Central Europe: A comparative institutional analysis. *International Journal of Small Business* **32** (2): 204–227.
- Learned K. E. 1992. What happened before the organization? A model of organization formation. *Entrepreneurship: Theory and Practice*. Fall: 39–48.
- Lewin K. A. 1935. *Dynamic Theory of Personality*. New York: McGraw Hill.
- Liñán F., Chen Y. W. 2009. Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory & Practice* **33** (3): 593–617.

- Liñán F., Rodriguez-Cohard J. C. 2015. Assessing the stability of graduates' entrepreneurial intention and exploring its predictive capacity. *Academia Revista Latinoamericana de Administración* **28** (1): 77–98.
- Miao C., Qian S., Ma D. 2017. The relationship between entrepreneurial self-efficacy and firm performance: A meta-analysis of main and moderator effects. *Journal of Small Business Management* **55** (1): 87–107.
- Miller G. A., Galanter E., Pribram K. H. 1960. *Plans and the Structure of Behavior*. New York: Holt.
- Mueller S. L., Thomas A. S. 2001. Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness. *Journal of Business Venturing* **16** (1): 51–75.
- Obschonka M., Silbereisen R. K., Cantner U., Goethner M. 2015. Entrepreneurial self-identity: predictors and effects within the theory of planned behavior framework. *Journal of Business Psychology* **30**: 773–794.
- Rauch A., Hulsink W. 2015. Putting entrepreneurship education where the intention to act lies: An investigation into the impact of entrepreneurship education on entrepreneurial behavior. *Academy of Management Learning & Education* **14** (2): 187–204.
- Reynolds P. D., Curtin R. T. 2008. Business creation in the united states: panel study of entrepreneurial dynamics II initial assessment. *Foundation and Trends in Entrepreneurship* **4** (3): 155–307.
- Rotefoss B., Kolvereid L. 2005. Aspiring, nascent and fledgling entrepreneurs: An investigation of the business start-up process. *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal* **17** (2): 109–127.
- Sarasvathy S. D. 2001. Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of Management Review* **26** (2): 243–263.
- Schoon I., Duckworth K. 2012. Who becomes an entrepreneur? Early life experiences as predictors of entrepreneurship. *Developmental Psychology* **48** (6): 1719–1726.
- Shapero A., Sokol L. 1982. Social dimensions of entrepreneurship. In: C. Kent, D. Sexton, K. Vesper (eds.). *The Encyclopedia of Entrepreneurship*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs; 72–90.
- Sheeran P. 2002. Intentions-behavior relations: A conceptual and empirical review. *European Review of Social Psychology* **12**: 1–36.
- Shirokova G., Osiyevskyy O., Bogatyreva K. 2016. Exploring the intention-behavior link in student entrepreneurship: Moderating effects of individual and environmental characteristics. *European Management Journal* **34**: 386–399.
- Sutton S. 1998. Predicting and explaining intentions and behavior: How well are we doing? *Journal of Applied Social Psychology* **28** (15): 1317–1338.
- Thompson E. R. 2009. Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship Theory and Practice* **33**: 669–694.
- Van Gelderen M., Kautonen T., Fink M. 2015. From entrepreneurial intentions to actions: Self-control and action-related doubt, fear, and aversion. *Journal of Business Venturing* **30**: 655–673.
- Virick M., Basu A., Rogers A. 2015. Antecedents of entrepreneurial intention among laid-off individuals: A cognitive appraisal approach. *Journal of Small Business Management* **53** (2): 450–468.
- Welter F., Smallbone D. 2011. Institutional perspectives on entrepreneurial behaviour in challenging environments. *Journal of Small Business Management* **49** (1): 107–125.

Russian language references translated into English

- Bogatyreva K. A., Shirokova G. V. 2017. Ot predprinimatel'skikh namerenii — k sozdaniyu biznesa: opyt rossiiskikh studentov [Entrepreneurial intention-behavior translation: the case of Russian students]. *Forsait* (Forthcoming).
- Butrimova N. N., Slepneva Iu. N. 2016. Vovlechenie studentov v innovatsionnoe predprinimatel'stvo: opyt NIU VShE — Nizhnii Novgorod [Students involvement in innovation entrepreneurship: experience of the Higher School of Economics in Nizhny Novgorod]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya Menedzhment* (1): 91–124.

- Vygotskii L. S. 1934. *Myshlenie i rech'* [Thinking and Speech]. Moscow; Leningrad: Gosudarstvennoe sotsial'no-ekonomicheskoe izdatel'stvo.
- Dias F., Tret'iakova A. N., Atef T., Kosmakshevska D., Navikine R. 2016. Faktory, vliiaushchie na predprinimatel'skie namereniia studentov, spetsializiruiushchikhsia v industrii turizma [Factors influencing entrepreneurial intentions of students specializing in the tourism industry]. *Vysshie obrazovanie v Rossii* 7 (203): 45–54.
- Zhuravlev A. L., Pozniakov V. P. 2012. Sotsial'naia psikhologiiia rossiiskogo predprinimatel'stva: Kontseptsiiia psikhologicheskikh otnoshenii [Social Psychology of Russian Entrepreneurship: The Concept of Psychological Relations]. Moscow: Izd-vo «Institut psikhologii RAN».
- Kitova D. A., Dyshekov B. N. 2011. Formirovanie psikhologicheskoi gotovnosti lichnosti k legitimnoi predprinimatel'skoi deiatel'nosti [Formation of a personality's psychological readiness to legitimate entrepreneurial activity]. *Psikhologiiia v ekonomike i upravlenii* (1): 29–35.
- Leont'ev A. N. 1993. Volia. [Volition]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser. 14, Psikhologiiia* (2): 3–14.
- Pin'kovetskaia Iu. S., Kataev E. N. 2015. Analiz urovnia predprinimatel'skoi aktivnosti: rezul'taty sotsiologicheskikh issledovaniy [Analysis of entrepreneurial activity level: results from sociology research]. *ETAP: Ekonomicheskaya Teoriia, Analiz, Praktika* (4): 90–104.
- Pozniakov V. P. 2007. Predprinimatel'stvo kak tsennost' i tsennosti rossiiskikh predprinimatelei [Entrepreneurship as a value and values of Russian entrepreneurs]. V kn.: V. S. Stepin (red.) *Rossiiia v globaliziruiushchemsya mire: mirovozzrencheskie i sotsiokul'turnye aspekty*. Moscow: Nauka; 513–528.
- Pozniakov V. P. 2014. Itogi i perspektivy issledovaniia rossiiskikh predprinimatelei s pozitsii kontseptsii psikhologicheskikh otnoshenii. [The results and prospects of research on Russian businessmen from the perspective of the conception of psychological relations]. *Znanie. Ponimanie. Umenie* (1): 267–275.
- Pozniakov V. P., Efimova N. Iu. 2010. Sotsial'no-psikhologicheskie faktory delovoi aktivnosti rossiiskikh predprinimatelei [Socio-psychological factors of Russian entrepreneurs' business activity]. *Psikhologiiia v ekonomike i upravlenii* (1): 38–43.
- Pozniakov V. P., Tikhomirova S. V. 2015. Interaktivnaia informatsionno-issledovatel'skaia baza dannykh «Sotsial'naia psikhologiiia rossiiskogo predprinimatel'stva» [Interactive information and research database “The social psychology of the Russian entrepreneurship”]. *Znanie. Ponimanie. Umenie* (1): 206–212.
- Rid S., Sarasvati S., D'iu N., Uiltbenk R., Olson E.-V. 2013. Kak? Poshagovoe rukovodstvo po sozdaniui biznesa [Effectual entrepreneurship]. Moscow: Al'pina-Publisher.
- Tatarko A. N. 2013. Sotsial'no-psikhologicheskii kapital lichnosti kak faktor uspekha v otkrytii novogo biznesa. [Social psychological capital as a factor of success in a new business]. *Psikhologiiia. Zhurnal Vyshei shkoly ekonomiki* 10 (4): 80–98.
- Khekkhauzen Kh. 2003. Motivatsiia i deiatel'nost' [Motivation and action]. 2-e izd. St. Petersburg: Piter; Moscow: Smysl.
- Shirokova G., Beliaeva T. 2015. Predprinimatel'skie namereniia studentov: kontseptsiiia i osnovnye podkhody k issledovaniui [Students' entrepreneurial intentions: concept and main research approaches]. *Sovremennaia konkurentsiiia* 9 (2): 5–31.
- Shirokova G. V., Bogatyreva K. A., Galkina T. A. 2014. Effektuatsiia i kauzatsiia: vzaimosviaz' mezhduniversitetskoi infrastrukturoi i vyborom tipa povedeniia v protsesse sozdaniia biznesa studentami-predprinimateliami [Effectuation and causation: relationship between university infrastructure and behavioral choice in new venture creation by student-entrepreneurs]. *Rossiiskii zhurnal menedzhmenta* 12 (3): 59–86.
- Shirokova G. V., Tsukanova T. V., Bogatyreva K. A. 2015. Universitetskaia sreda i predprinimatel'skaia aktivnost' studentov: rol' biznes-opyta i predprinimatel'skoi samoeffektivnosti [University environment and student entrepreneurial activity: the role of business experience and entrepreneurial self-efficacy]. *Voprosy obrazovaniia* (3): 171–207.

Для цитирования: Богатырева К. А., Широкова Г. В. Подходы к исследованию «разрыва» между намерениями и действиями в предпринимательстве // Вестник СПбГУ. Менеджмент. 2017. Т. 16. Вып. 3. С. 343–363. DOI: 10.21638/11701/spbu08.2017.301.

For citation: Bogatyreva K. A., Shirokova G. V. Main approaches to exploring intention-action gap in entrepreneurship *Vestnik of Saint Petersburg University. Management*. 2017, vol. 16, issue 3, pp. 343–363. DOI: 10.21638/11701/spbu08.2017.301.

Статья поступила в редакцию 3 апреля 2017 г.; принята к печати 3 июля 2017 г.

Контактная информация

Богатырева Карина Александровна — кандидат экономических наук, ассистент;
k.bogatyreva@gsom.pu.ru

Широкова Галина Викторовна — доктор экономических наук, профессор;
shirokova@gsom.pu.ru

Bogatyreva Karina A. — PhD, Assistant Professor;
k.bogatyreva@gsom.pu.ru

Shirokova Galina V. — Doctor of Sciences in Economics, Professor;
shirokova@gsom.pu.ru